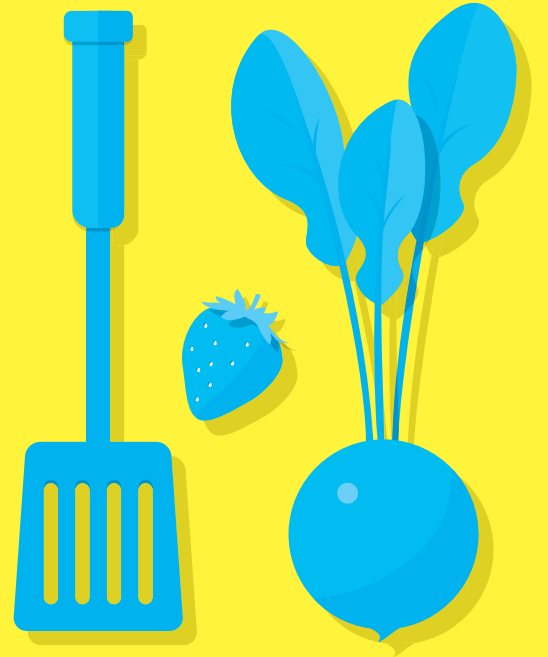
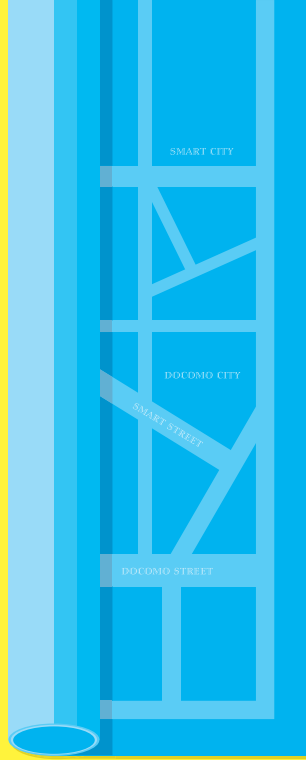
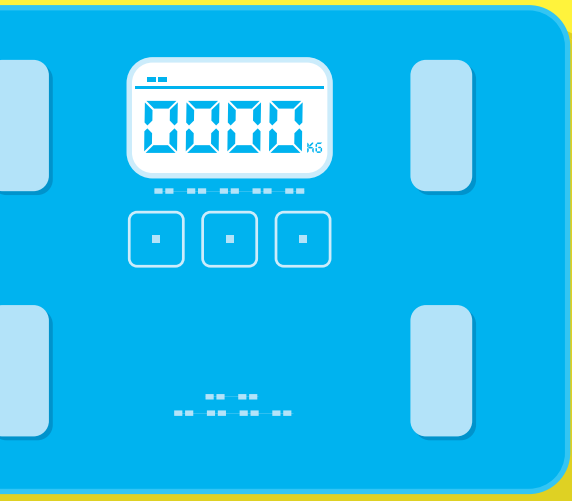
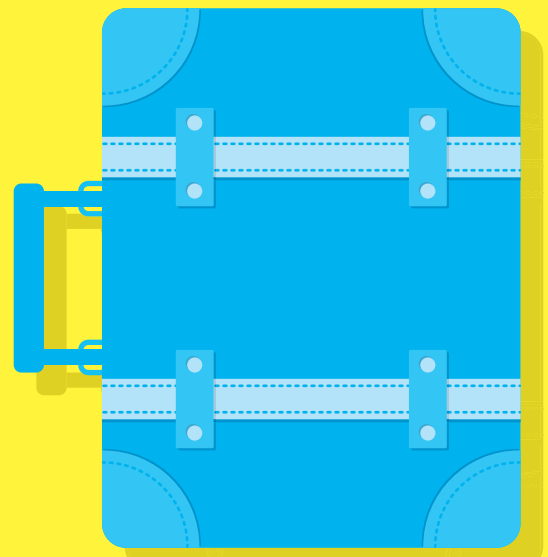
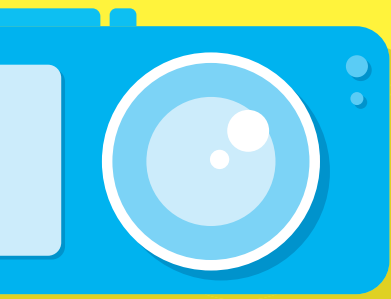
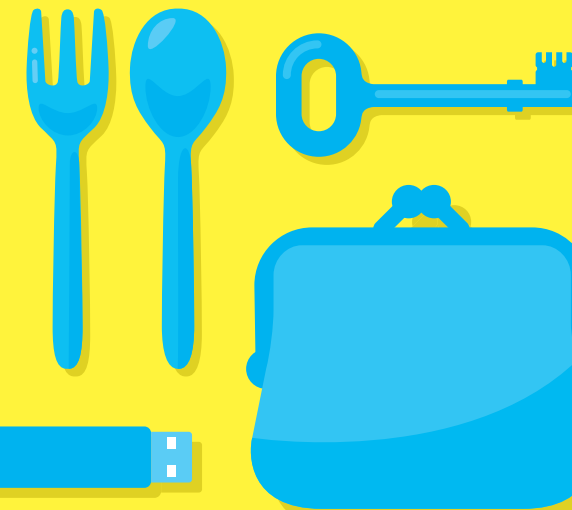
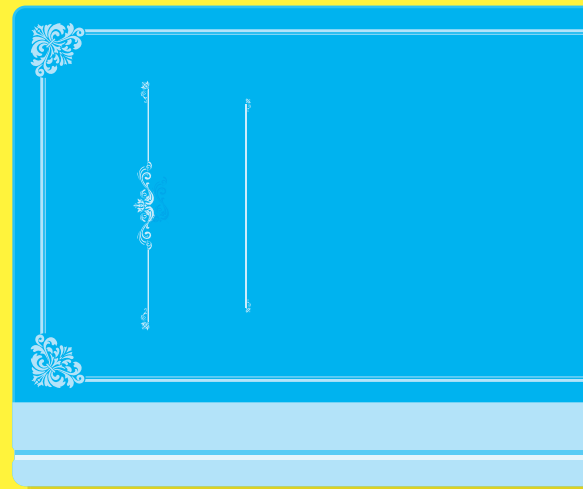


NTTドコモグループ CSRダイジェスト2013



目次

トップコミットメント	3
------------	---

ドコモのCSR	5
---------	---

モバイルコミュニケーションの進化を お客様とともに、社会とともに。	7
--------------------------------------	---

ドコモの「夢」と「使命」

ドコモの「夢」 スマートライフのパートナーとして社会の問題を解決	9
----------------------------------	---

ウェルネスサポートで
いつまでも健康でいきいきと。



ドコモの「使命」 高い品質のサービスを安定的に提供	15
---------------------------	----

モバイル通信インフラを
もっと速く、広く、そして強く。



CSR 活動ハイライト	21
-------------	----

消費者課題
環境
コミュニティ参画
人権／労働慣行
公正な事業慣行
組織統治

第三者からのご意見	25
-----------	----

会社概要／財務・CSR関連データ	26
------------------	----

CSR報告書サイトのご案内	26
---------------	----

掲載している会社名、商品名、サービス名は、(株)NTTドコモあるいは各社の商標または登録商標です。
キャプチャ画像はすべてイメージです。



モバイルでお客様の暮らしを もっとスマートに。

**SMART
LIFE**

ドコモが、モバイル通信サービスの提供を開始したのは1992年。この間、ドコモは、モバイルをお客様の“コミュニケーションを支えるツール”から、お客様の“生活に寄り添うツール”へと進化させてきました。モバイル通信サービスのイノベーションを追求し、お客様一人ひとりのより豊かで快適な暮らしに貢献する——。そんな「スマートライフのパートナー」をめざし、さまざまな分野で挑戦を続けるドコモのいま、そして、これからをご紹介します。

エリアの拡大・サービス品質の向上に努め 「スマートライフのパートナー」として 社会的問題の解決に取り組みます。

モバイル通信を通じて お客様の期待にお応えし続けます

現在、ドコモはこれまでにないほど大きな変革のなかにいます。モバイル通信機器の主役がフィーチャーフォンからスマートフォンに移行していることにともない、お客様がモバイル通信に何を期待し、何を重視するのかが大きく変わりつつあります。

このような変化のなか、どうすればお客様にとって本当に役立つモバイル通信サービスを提供できるかということについて、ドコモは考え続けています。

私たちの結論は2つです。ひとつは本来のコア事業である「モバイル領域」において、通信サービスの品質を高め、お客様のコミュニケーションをいっそうスムーズかつセキュアにするという、いわば私たちの「使命」を果たすことです。

もうひとつはこの土台の上でお客様に常に寄り添い、あふれる情報から適切な情報を適切なタイミングでお届けし、行動・生活を支援する、すなわち「スマートライフのパートナー」になるという「夢」を実現することです。「スマートライフ」とは、モバイル端末を使って実現する、安心・安全な環境で一人ひとりが自分自身の嗜好に合った楽しみや喜びを見いだせる、より便利で充実



した暮らしです。ドコモは、「スマートライフのパートナー」として、社会のさまざまな問題を解決していくために全力を尽くしていきます。

通信エリアのさらなる拡大と サービス品質の向上に注力しています

「モバイル領域」においては、LTE [Xi] (クロッシィ) のエリア展開を引き続き積極的に推進していくとともに、お客様が安定的にドコモの通信サービスをご利用いただけるよう、災害時にも通信を途切れさせないための取組みや、全国の通信設備を24時間365日チェックすることで、異常が発生したさいにも迅速に対応できるような体制を整えています。

また、このような取組みと並行して、通信設備の設置にあたっては省エネ型の基地局の開発・導入を図るなど環境への負荷低減を進め、通信品質の向上と環境保全の取組みを両立していくことをめざします。

サービスプロバイダーとして 「新領域」を切り拓いていきます

「スマートライフのパートナー」として従来のモバイル通信サービスにとどまらず、サービスプロバイダーと

して「新領域」を切り拓いていきます。例えば日本が高齢化社会となるなか、健康に対する人々の関心が高まっていますが、ドコモではこの問題にモバイル端末という生活に不可欠なアイテムを通じて、健康プラットフォームや安心・安全な食材をご家庭まで宅配するサービスを提供し、お客様が健康な生活を送ることができるよう支援しています。

また、スマートフォンの普及により、青少年が犯罪被害に巻き込まれるなどの問題も出てきています。ドコモでは、このような問題に対して青少年や保護者への注意喚起を行うとともに、サービス面でも安心・安全を追求し、青少年が快適にインターネットにアクセスできる環境を整備していきます。

ドコモは、「スマートライフのパートナー」として、今後もさまざまな取組みを行っていきますが、企業活動の基礎としてコンプライアンスの順守はもちろんのこと、お客様や社員の人権を尊重し、お客様満足度のさらなる向上などに取り組むことで、皆様に信頼される企業であり続けたいと考えています。

代表取締役社長 

多様なステークホルダーの声に耳を傾け 社会のさまざまな問題の解決に貢献します。

ドコモグループは、CSRを企業活動の根幹に位置づけています。ドコモでは、CSRの考え方を右の図のようにまとめ、中心となる取組みを大きく2つに整理しました。

ひとつは「スマートライフのパートナーとして、社会の様々な問題を解決」することです。「スマートライフのパートナー」となるためにまず必要になるのは、「高品質の通信サービスの安定的な提供」です。社会の重要インフラを担う通信事業者として、災害にも強い、安定した通信サービスを確保することを最大の使命に位置づけています。

これに加えて、事業を通じた「新たな価値の絶え間ない創造」により、社会の問題の解決に貢献していきたいと考えています。スマートフォンが急速に普及するなか、健康・医療、環境など暮らしに関わるさまざまな領域とモバイルサービスを融

合し、進化させることで、「スマートライフのパートナー」として、社会により貢献できる企業グループをめざしています。

もうひとつは「社会インフラを担う企業としての社会的責任の遂行」です。ドコモは、事業を行う前提条件として社会的責任を果たしていかななくてはならないと考えています。この側面では、適正な組織統治、基本的人権の尊重、地球環境保全などを事業活動のベースとして取組みを進めています。

活動の推進にあたっては、お客様はもとより、株主・投資家、販売代理店(ドコモショップ)、お取引先、社員、地域社会など、多様なステークホルダーとの「対話」の機会を積極的に設けています。これらの機会を通して各ステークホルダーの皆様にごドコモの基本的な考えや姿勢を伝え、同時に、皆様の声に真摯に耳を傾け、CSRに関する取組みの改善につなげています。

ドコモのステークホルダーと対話の機会



スマートライフのパートナーとして、 社会の様々な問題を解決

新たな価値の
絶え間ない創造

より豊かな社会の実現
||
ドコモの「夢」

高い品質のサービスを
安定的に提供

安心・安全な社会の実現
||
ドコモの「使命」

社会インフラを担う企業としての社会的責任の遂行

基本的な人権の尊重

公正・透明・自由な
競争と取引

お客様満足度の向上

働きがいのある
職場環境の実現

地球環境保全

社会貢献

適正な組織統治の実践

モバイルコミュニケーションの進化を
お客様とともに、社会とともに。

ドコモの

夢

と

1992年
営業開始

1997年
「ショートメール
サービス」
提供開始

since
1992
移動体通信の本格化

1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998

使命

1993年
第2世代
移動通信サービス
「デジタル・ムーバ」
提供開始

1998年
2,000万
契約突破

「スマートライフ」の実現に貢献する新たなサービスの開発と、
安定した通信サービスの提供——。
6,000万を超えるお客様、そして広く社会のために、
ドコモは、先進のモバイル技術を核に、
さまざまな取組みを進めています。

「mova」の由来

「mova」の名称は英語の“movable
(動かせる、移動する)”の最初の4文
字m・o・v・aから採ったもので、超小
型携帯電話の大き
な特長である携帯
しやすい、すなわち
“移動しやすい”を
表現したものです。



1997年
パケット通信
サービス
「DoPa」
提供開始

契約数の推移

2011年
6,000万
契約突破

2005年
5,000万
契約突破

1999年
「iモード」
提供開始



2004年
「おサイフケータイ」
提供開始



2008年
「iコンシェル」
提供開始



2012年
「ドコモクラウド」
スタート



2000
携帯電話のネットワーク化

2005
生活インフラへの進化

2010
モバイルサービスの進化へ

1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012

2001年
第3世代
移動通信サービス
「FOMA」提供開始

2006年
高速パケット
通信規格を使用した
「FOMAハイスピード」
提供開始

2010年
LTE対応サービス
「Xi」(クロッシィ)
提供開始

2008年
FOMAハイスピードエリア
人口カバー率100%を達成



「FOMA」の由来

「Freedom Of Mobile multimedia Access (マルチメディアへの移動体のアクセスの自由)」の略。場所を気にすることなく自由にマルチメディアへとアクセスできる、移動通信の新しい世界とその果てしない可能性を表したものです。



「Xi」の由来

「Xi」の「X」は「人、物、情報のつながり」や「無限の可能性」を意味し、「i」は「イノベーション」や「私」を意味しており、さまざまな人、物、情報が有機的につながり、新たなイノベーションを引き起こしていくことを表現しています。そして「Xi」の文字を複合的にデザイン化することで、その「つながり」を直感的に感じさせるとともに、そこから生まれる「無限(∞、インフィニティ)」の可能性を表しています。



ウェルネスサポートで いつまでも 健康で いきいきと。



キーパーソンが語る今後の展望

お客様一人ひとりの「スマートライフ」実現に貢献していきます。

ドコモでは、健康づくりに役立つ多様な情報の提供のほか、健康的な食生活を応援する食材やレシピ、日々の安心をサポートする保険など、総合的な健康支援サービスを開始しています。例えば最近注目されている、加齢にあらがわず楽しく歳を重ねていく「スマートエイジング」と呼ばれる考え方は、ドコモの健康支援サービスにも通じるものです。これまでに培ったモバイル技術を駆使して、さまざまな専門家やアドバイザーとお客様をつなぎ、新しい価値を創造していくことは、通信事業者である私たちの社会的責任でもあります。これからもドコモは、お客様一人ひとりに寄り添いながら、それぞれの「スマートライフ」実現に貢献していきます。

ライフサポートビジネス推進部
ヘルスケア事業推進担当部長

安部 成司

健康的な食生活を

おいしくて安心・安全な食べ物をお届けする「らでいっしゅぼーや」事業や、栄養バランスを考えたレシピの紹介など、さまざまな形で健康的な食生活を応援しています。



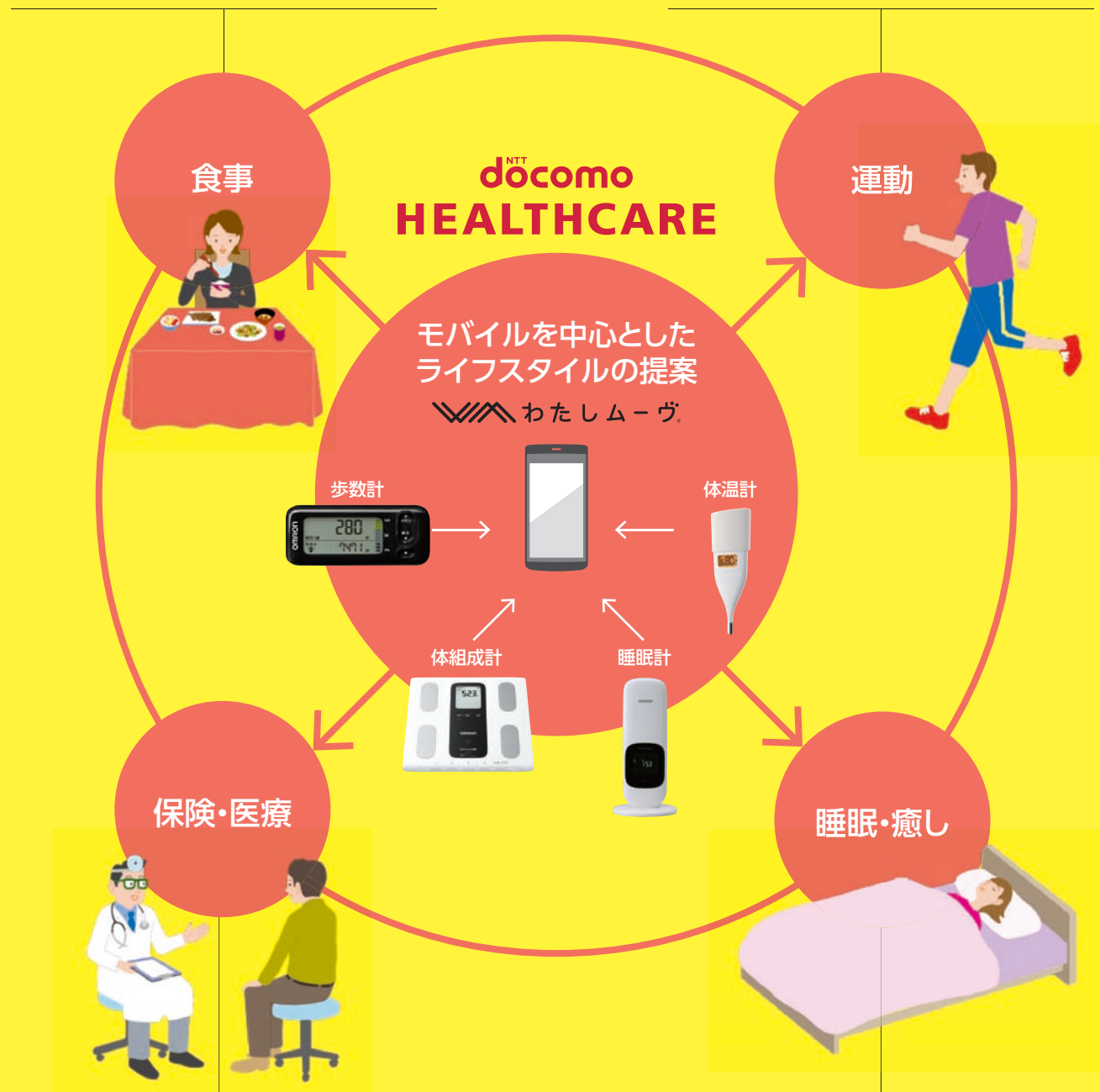
ABC
Cooking Studio

体調管理に適度な運動を

女性の体のリズムに合わせて適切にアドバイスする「カラダのキモチ」、毎日の運動や食事のデータを管理する「i Bodymo」など、楽しみながら健康づくりができるサービスを提供しています。

カラダのキモチ

i Bodymo



万が一の時の安心を

旅行やスポーツ・レジャー、ドライブの前に携帯電話から気軽に申し込めるドコモならではの「ワンタイム保険」や医療関連企業との協業・連携により安心を提供しています。



Altmarc INC.
株式会社 日本アルトマーク

1日の疲れに十分な休息を

よりよい睡眠環境を提供するための寝具や癒しの音楽CDなどの販売を通じて、皆様の豊かな生活をサポートしています。



Scene 1 健康でおいしい食生活を

ドコモユーザーの皆様に
野菜の本当の“おいしさ”を知ってほしい。



らでいっしゅぼーや(株)
営業部
グループ事業推進課
ブルーリーダー
山田 悠

「らでいっしゅぼーや」は、全国各地の契約農家が栽培する有機・低農薬野菜をはじめ、おいしくて安心・安全な食べ物を宅配でお届けするサービス。私も実際に食べてみて「同じ野菜でこんなに違うものか!」と感動しています。従来のお客様は50代以上の層が中心ですが、安全な食品へのニーズは、私のような子育て世代も高いはずなので、スマートフォンやタブレット端末でも商品を注文していただけるようにしました。また2013年11月からは全ドコモショップで入会受付を開始するほか、ECサイトもより使いやすくリニューアルする予定です。ぜひ幅広い層のドコモユーザーの皆様に、野菜の本当のおいしさを実感していただけたらと思います。



Scene 2 女性の体と心を健やかに

女性の「カラダに寄り添う」アプリでいきいきと過ごせる毎日を応援したい。



ドコモ・ヘルスケア(株)
サービス企画本部 サービス企画部
サービス企画担当課長

若宮 和男

事業推進本部 プロモーション部

辰巳 まゆみ

2013年6月、ドコモのスマートフォンとオムロン ヘルスケア(株)の「10秒で測れる婦人体温計」を連携させたサービス「カラダのキモチ」をスタート。コンセプトはお客様に“寄り添う”こと。楽しんで長くお使いいただけるアプリにするため、女子会形式のインタビューなどを多数行い、女性のニーズを徹底的に探りました。自分の分身であるアプリ内のキャラクターが、体調・天気などに合わせ、その時最適なアドバイスをしてくれる点が好評でファンが増えており、Twitterなどでも「このアプリわかってきてる!」といった親しみを込めた感想をいただいています。今後は一人ひとりのライフスタイルに合わせたアドバイスを開発するなど、“寄り添い感”をもっと高めていきます。

カラダのキモチ。



Scene 3 いつまでもアクティブに

「楽しいから続けられる」 そんな健康管理サービスをめざします。



ライフサポート
ビジネス推進部
ヘルスケア事業推進
健康サービス担当
高橋 宏光

運動や食事などに関するデータや情報を日々の健康管理に役立てていただく「i Bodymo」は、2010年の提供開始以来、さまざまな面でサービス内容を進化させてきました。普段元気な人が健康管理を続けるには「楽しさ」の要素が不可欠。例えば歩数計による運動サポートも、日常生活やウォーキングの歩数計測だけでなく、歩数ランキング、“キリ番”懸賞など、楽しめる機能を追加。ほかにも自分の似顔絵キャラ（ピクキャラ）を作成する機能やゲームもありますので、きっと楽しんでいただけるはずです。今後も「しゃべってコンシェル」との連携機能やコンテンツのさらなる充実などで、より多くの方に健康に関心をもっていただき、健康づくりに使っていただけるサービスをめざしていきます。

i Bodymo



Scene 4 日々の活動に安心を

いつでも、どこでも「安心」を提供できる
ドコモならではの保険を提案しています。



金融ビジネス推進部
金融サービス推進担当
谷 聡貴

お客様の日常生活の「安心」をサポートしたいとの思いから、2010年から旅行やスポーツ・レジャー、ゴルフなどに出掛ける前に携帯電話で簡単に加入していただけの「ワнтайм保険」の提供を開始しました。その後もドコモプレミアクラブ会員向け「医療保険」、友だちの車を借りる時などに使える業界初の「1日自動車保険」とサービスを拡充してきました。お支払いは電話料金と一緒にという便利さも好評で利用者は着実に増加しています。今後もウェルネス分野との連携などでサービス領域を広げ、お客様に「安心」をご提供できればと考えています。



モバイル通信インフラを

もっと速く、広く、
そして強く。

地下鉄
でも



海辺でも



高層ビル
でも



災害時
でも



トンネル
でも



山でも



新幹線
でも



イベント
会場
でも



キーパーソンが語る今後の展望

いつでも、どこでも安定した通信品質が提供できるよう努力を続けます。

携帯電話をいつでも、どこでもお使いいただける安定的な環境を確保することが、社会インフラ企業である私たちの使命です。その使命を果たすため、私たちは徹底的にこだわります。通信設備を増強するのはもちろんのこと、増強した通信設備に異常が発生していないかなどを、24時間365日監視し、異常があればすぐに対応する。こうしたことを着実に積み重ねていくことで、私たちはエリアを広げ、快適な通信スピードを実現し、もしもの時にもお客様のコミュニケーションをつなげていきます。

無線アクセスネットワーク部
無線企画担当部長

平本 義貴



通信インフラを支える ドコモの取組み

基地局の増設や通信エリアの拡大に積極的に取り組むとともに、
通信の状態を常にチェックし、エリア品質の向上に努めています。

エリアの
構築

次世代高速通信「Xi」で スマホをもっとスムーズに

スマートフォンなどでの大容量データのやりとりがスムーズに行える「Xi」(クロッシィ)の普及を進めています。“強いXi”を実現するため、点ではなく面で考え、2013年3月末時点でXi基地局を全国2万4,400か所に設置し、2014年3月末までに5万局に増やしていく計画です。



快適につながる 「docomo Wi-Fi」スポット

「スマートフォンで動画を見たい」といったお客様の声にお応えするため、駅やカフェ、ファストフード店などお客様のご利用頻度が高いスポットを中心に、公衆無線LANサービス「docomo Wi-Fi」のエリア化を進めています。





地下鉄でも 快適なモバイル通信を

よりたくさんの人に快適に使っていただけるように、首都圏、東北、東海、関西などで、地下鉄のトンネルや地下にある駅構内でのサービスエリアの拡大を進めています。東京メトロ※、都営地下鉄では、すべての路線・区間でドコモの携帯電話サービスをご利用いただけます。

※有楽町線／副都心線・小竹向原駅～千川駅間は2016年度中に完了予定です。

車内での通話のご遠慮ください。

世界文化遺産の富士山も 「Xi」エリアに

2013年7月から、富士山でも「Xi」の提供を開始しました。多くの登山者が訪れる山開き期間中は、富士山の登山口・登山道(5合目からの主な4ルート)と山頂・山小屋において「Xi」をお使いいただけます。



エリアの
運営大ゾーン基地局で
災害時もつながる通信インフラへ

広域災害や停電時にも安定した通信を確保するため、耐震性の高いビルや鉄塔などに半径7kmをカバーできる災害時専用の基地局「大ゾーン基地局」を、全国で104か所に設置しています。

24時間
365日体制で
通信の安定稼働を見守る

つながり続ける“強さ”を提供するために、ドコモのオペレーションセンターでは、24時間365日体制で全国の通信ネットワークの状態をチェックしています。現地設備の故障などに対しても、全国にある各県域ネットワークサービスセンターが迅速に対応しています。





きめ細かく 電波状況を調査

通信設備は設置したら終わりというわけではありません。新たにビルが建つことなどによりエリア状況は刻一刻と変化します。お客様に快適にサービスをご利用いただくため、ドコモでは、日常的にサービスエリアの電波状況をチェックしています。お客様からの声などをもとに、その周辺を回りながら電波状況をつぶさに調査し、通信品質の改善に生かしています。

エリアの
高品質化

「聞かせて! ドコモの 電波状況」で お客様の声をヒアリング

ドコモはお客様の声に全力で向き合います。ドコモのウェブサイト「聞かせて!ドコモの電波状況」や専用電話窓口では、つながりにくいエリアやスポットに関するお客様の声を受け付けており、徹底したアフターフォローによってエリア品質向上に努めています。



環境に優しく、災害に強い グリーン基地局のフィールド 試験局導入を推進

ドコモは環境負荷の低減をめざし、通信設備の省エネ・CO₂削減にも注力しています。既存基地局にソーラーパネルやリチウムイオン電池などを設置し電力消費を抑える「グリーン基地局」のフィールド試験局を10か所導入し、実証試験を開始しています。また、災害時などに発電機器としても使用できるメタノール型燃料電池の導入も推進しています。



CSR活動ハイライト

ドコモの取組みをCSRに関する国際規格ISO26000の「7つの中核主題」に基づいて分類し、紹介しています。

消費者課題

各種通訳

サービスの提供を開始

안녕하세요



你好

Hello

メールのメッセージを相手言語に翻訳する「メール翻訳コンシェル」を2012年6月から開始し、10月からはスマートフォンのカメラでレストランのメニューなど外国語の文字を写すだけで瞬時に日本語に翻訳する「うつつて翻訳」を、さらに11月からは話した内容を相手言語に翻訳して合成音声で伝える「はなして翻訳」も開始しました。



メール翻訳
コンシェル

携帯電話の使い方や 歩きスマホ の危険性を紹介



携帯電話をめぐる事件やトラブルの防止に向け、子どもや高齢者を対象とした「ケータイ安全教室」を全国各地で開催し、携帯電話のルールやマナー、安心・便利な使い方などを紹介しています。とくに最近は「歩きスマホ」の防止など、スマートフォンの利用に関する内容を強化しています。2012年度は小中高校や特別支援学校、地域の生涯学習センターなどで計約6,700回の教室を開催し、約93万人に受講いただきました。

青少年などを 保護する サービスを強化

有害情報から青少年を守るため、「キッズケータイ」の提供や有害サイトへのアクセスを制限するサービスや、有害アプリのインストール・起動を制限するサービスを提供しています。また、高齢者や障がい者の方々にも携帯電話を快適にお使いいただけるよう、製品・お客さま窓口・サービスの3つの視点で



ユニバーサルデザインに取り組む「ドコモ・ハーティスタイル」を推進しています。高齢者にも使いやすい「らくらくホン」の提供や店舗のバリアフリー化、点字・音声による取扱説明書の作成など、さまざまな側面でユニバーサルデザインに取り組んでいます。

お客様の声

をもとに
サービスを改善

ドコモには商品・サービスに関するご意見・ご要望をはじめ年間600万件にも
のぼる「お客様の声」が寄せられており、これらの声を分析した結果を各部門
に伝え、業務・サービスの改善につなげています。また、お客様対応部門を担当
するスタッフが日常業務を通じて気づいた改善提案なども一元的に収集し、
社内各部門の改善に生かしています。



環境

ドコモショップの 節電対策を強化



全国約2,400店舗のドコモショップでは省エネ・節電対策の一環として、
2011年度から店内の照明を、消費電力の少ないLED電球へ転換する取組み
を進めています。2012年度末までに約1,300店舗で転換を完了しており、
2014年度までに全店舗をLED化する計画です。さらに店舗への太陽光発電
パネルの設置も計画しています。2012年度末までに25店舗で導入が完了
しました。

約
370万台
の携帯電話を回収



ドコモでは、お客様のご協力を得て、希
少鉱物資源が含まれる携帯電話のリサ
イクルに約15年前から取り組んでいま
す。2012年度も全国のドコモショップや
各種イベント会場などで約370万台の
使用済み携帯電話を回収しました。回収
した携帯電話は、お客様の目の前で破砕
処理し、個人情報の保護を徹底していま
す。また、ドコモショップ店頭で「端末回収
PRステッカー」を掲示するなど、お客様に
も積極的なご協力を呼び掛けています。

ドコモの携帯電話 回収台数



コミュニティ参画

チャリティ サイト

を通じて

お客様と被災地
を支援

大規模な自然災害などが発生したさいには、携帯電話から寄付ができる「被災地支援チャリティサイト」を開設し、「ドコモ ケータイ送金」(2013年6月より「ドコモ口座」に名称変更)や「ドコモポイントによる募金」などを利用してお客様からの募金を受け付けています。2012年度は、4つの自然災害に対して募金を実施し、総額20,276,628円(20,859件)を社会福祉法人やNPO法人に寄付しました。



ダウンロード
が義援金に



東北復興支援

を継続

2011年度に設置した「東北復興新生支援室」では、社内公募で全国から集まった社員が被災地の人々の声を聴きながら支援活動を進めています。2012年度は原発事故で避難を余儀なくされている福島県富岡町の方々に、コミュニティ専用のアプリを組み込ん

だタブレット端末を配布しました。また、社員ボランティアによる支援にも取り組んでいます。2012年度は549名が活動に参加し、津波で大被害を受けた宮城県南三陸町で漁業・農業支援やガレキ清掃を行いました。

スポーツ教室

を通じて青少年の育成に貢献

健全な青少年の育成への貢献をめざし、地域の子どもたちに野球やサッカー、ラグビー、テニスなどを教える「青少年スポーツ教室」を実施しています。各スポーツ教室には指導員としてドコモの運動部の部員がボランティアで

参加しています。2012年度は、全国で延べ約15,000人の子どもたちの参加があり、「実践的に教えてもらった」「礼儀やコミュニケーションも学べた」などの声が寄せられました。



人権／労働慣行

全社員に 人権啓発研修を実施

差別やハラスメントのない、人権を尊重する職場をつくっていくための啓発活動を推進しています。各組織でeラーニングや映像教材などを活用した人権啓発研修を実施するとともに、経営幹部を含む階層別の研修や、リスク・コンプライアンスリーダーの研修にも積極的に取り組んでいます。

ダイバーシティを尊重した企業風土づくり

性別・年齢・国籍など、属性が異なる多様な人材を企業の成長に生かし、社員一人ひとりが意欲や能力を存分に発揮できる企業風土づくりに取り組んでいます。人事面でも、適材適所の配置、能力開発の推進、適正な人事評価など、各社員の能力と意欲を最大限に引き出せる制度を整えています。

す。また、すべての社員が安心していきいきと働ける職場環境をつくるため、ワークライフバランスの支援にも力を入れており、育児・介護休職制度、在宅勤務制度の拡充や、育児・介護とキャリアアップの両立に関するセミナーの開催など、さまざまな取組みを実施しています。

公正な事業慣行

お取引先との CSR調達を推進

「NTTドコモCSR調達ガイドライン」に基づいた調達活動を推進しています。ウェブサイトへのガイドラインの公開やサプライヤーへの説明会のほか、原則として年1回、「CSR調達チェックシート」の提出を求めている。CSR活動の実施状況を把握した上で、必要に応じて改善を依頼しています。

コンプライアンスセミナーを開催

コンプライアンス意識の向上を図るため一般のコンプライアンス研修のほか、各組織のリーダーを対象とした研修やドコモ役員・グループ会社社長に向けたトップ層セミナーなど、各種の研修を毎年開催しています。また、社内ウェブサイトやハンドブックを活用した啓発活動も実施しています。



組織統治

内部統制 を強化

取締役会で決議した「内部統制システムの整備に関する基本方針」に基づき、「内部統制委員会」が中心となって法令などの順守、業務の有効性・効率性、財務報告の信頼性を確保するための体

制を整備しています。また、ドコモでは、監査部が内部統制システムの有効性評価を含め、グループ全体のリスクの最小化・企業価値の増大化を目的に、内部監査を実施しています。



水尾 順一 氏

駿河台大学・同大学院経済学研究科教授
日本経営倫理学会副会長

株式会社資生堂を経て1999年駿河台大学に奉職、現在に至る。東京工業大学大学院兼任講師、博士(経営学)。(社)経営倫理実践研究センター上席研究員、2010年ロンドン大学客員研究員他。著書『逆境経営7つの法則』朝日新書、『CSRで経営力を高める』東洋経済新報社、『マーケティング倫理』中央経済社など。

高く評価できる点

特集記事、“ドコモの「夢」と「使命」”を通して、ステークホルダーに「ワクワク感」と「期待」を感じさせる。

近年、消費者はロハス*を求めた生き方や価値観がブームとなっており、“ドコモの「夢」”は読者の夢と希望を実現に導く「ワクワク感」にあふれる内容となっています。同社の「i Bodymo」や「カラダのキモチ」、さらには有機・低農薬野菜を中心に提供する「らでいっしょぼーや」など「ウェルネスサポート」はこうした傾向を適切にとらえ、いまの時代の先端をいく、事業を通じた社会貢献・価値の創出ということができます。

また、“ドコモの「使命」”では、安全・安心、そして安定した通信を説明することで消費者につながり感と快適性を提供しています。いま、通信サービス事業に対する社会の「期待」は、この2つが大きな比重を占めています。その意味からドコモの「使命」は消費者に極めて有益な情報ということができます。

CSR活動の情報開示に適した、見やすく、わかりやすい内容と構成。

CSR活動ハイライトは、ISO26000の中核主題に沿って消費者の関心領域に沿った内容をコンパクトにまとめています。しかも当ダイジェスト冊子版全体にいえることですが、写真を豊富に使用し、消費者にとって大変見やすく、わかりやすい内容となっています。

今後に期待する点

ドコモの取組みが広く伝わることを期待。

ステークホルダーへの情報開示は理解されてこそ意味があるということを考えると、冊子版の特長は手に取って見ることができるという簡便さも重要です。その点からも、今回のダイジェスト冊子版は極めて有意義であると感じます。その価値が生かされ、一人でも多くの消費者にドコモのCSRの取組みが伝わっていくことを心から期待します。

*ロハス=Lifestyle of Health and Sustainability:健康と持続可能性を志向する生活スタイル

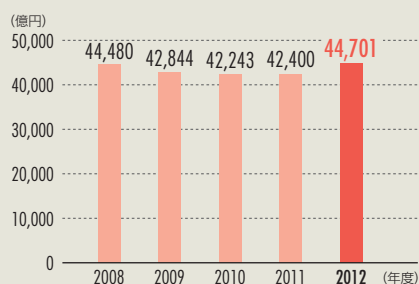
会社概要

社名	株式会社NTTドコモ	事業セグメント	事業内容
所在地	〒100-6150 東京都千代田区永田町2丁目11番1号 山王パークタワー	携帯電話事業	携帯電話サービス（「Xi」（クロスシィ）サービス、 「FOMA」サービス）、国際電話サービス、衛星電 話サービス、各サービスの端末機器販売など
資本金	9,496億7,950万円（2013年3月31日現在）	その他事業	クレジットサービス、通信販売、音楽ソフト販売、 ホテル向けインターネット接続サービス、モバイル 広告販売など
社員数（連結）	23,890名（2013年3月31日現在）		
主な事業内容	携帯電話事業を主な事業とし、 主要な事業内容は右記の通りです。		

（2013年3月31日現在）

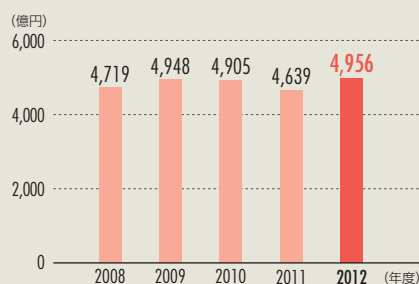
財務・CSR関連データ

営業収益（売上高）

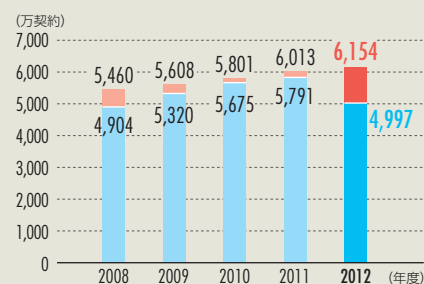


※ドコモの連結決算は、米国会計基準に基づいて作成しています。

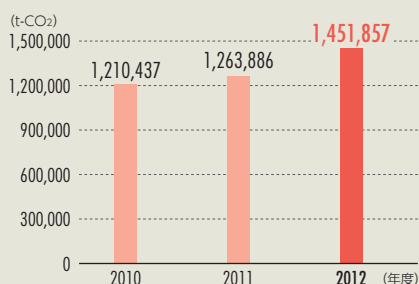
当社に帰属する当期純利益



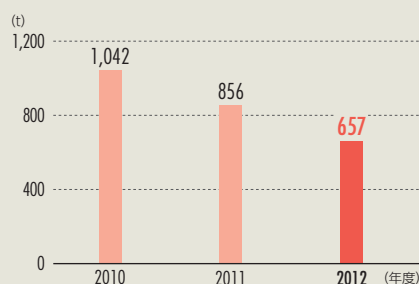
携帯電話契約数



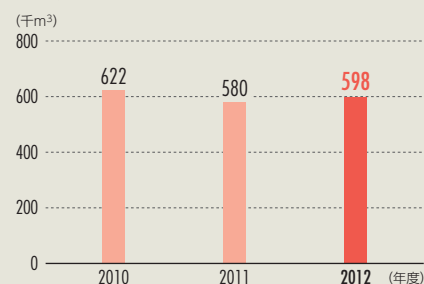
エネルギー起源CO₂排出量



廃棄物最終廃棄量



水使用量



ISO14001の取得事業所割合 （2012年度）

100%

※対象範囲はグループ26社（（株）NTTドコモおよび機能分担子会社25社）、社員数ベース。

社員関連データ（NTTドコモ）

平均年齢（2013年3月31日現在）	39.2歳
平均勤続年数（出向受入者除く、2013年3月31日現在）	16.9年
障がい者雇用率（2013年3月31日現在）	2.05%
平均有給休暇取得率（2012年度）	86.5%

CSR報告書サイトのご案内

ウェブサイトではCSR活動に関するさらに詳細な情報を報告しています。

CSR報告書サイトの主な掲載内容

- ドコモのCSR** CSRに対する基本的な考えや体制、2012年度の活動目標と実績などを紹介しています。
- CSR活動報告** ドコモのさまざまな取組みをCSRに関する国際規格ISO26000の「7つの中核主題」に沿って紹介しています。
- データ集** CSRに関するさまざまなデータを掲載しています。

URL : <http://www.nttdocomo.co.jp/corporate/csr/report/>

2013年10月掲載予定



ドコモの使用済みパンフレットなどを再利用した「循環再生紙」を使用しています。



有害な廃液を出さない「水なし印刷方式」を採用しています。



植物油インキを使用して印刷しています。



見やすいユニバーサルデザインフォントを採用しています。



色覚の個人差を問わず、見やすい配色・表示となるよう配慮し、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構から認証を取得しています。